浅析如何打造具有项目管理特色的私域流量群
——以《项目管理技术》杂志为例

李 杨
（机械工业信息研究院，北京 100037）

摘要：【目的】随着互联网技术的快速发展，各种新型社交平台层出不穷，信息传播方式不断更新，传统媒体的发展面临严峻的市场挑战。为了更好地拓展杂志传播范围、集聚杂志优势资源，文章对如何提升杂志的传播力、影响力做了研究。【方法】文章以《项目管理技术》杂志为例，结合杂志特点和办刊理念，通过分析精准定位、品牌营销等具体措施和方法。【结果】打造具有项目管理特色的私域流量群，可以提升杂志传播力和品牌形象。【结论】经过实践检验，该方法具有一定的科学性和实操性，可为其他领域私域流量群的建立提供参考。

关键词：互联网技术；项目管理；私域流量群；精准定位；品牌营销　中图分类号：G236　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2023）03-038-04　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.03.007
本文著录格式：李杨 . 浅析如何打造具有项目管理特色的私域流量群——以《项目管理技术》杂志为例 [J]. 中国传媒科技，2023（03）：38-40，45.

导语

随着互联网技术的快速发展，信息传播渠道和载体发生了日新月异的变化。大众获取信息的渠道不再局限于传统媒体，如杂志、报纸、电视等，而是有了更多的新媒体方式选择。[1]

当前，媒体融合趋势下，微博、微信公众号、抖音等平台已经成为传统媒体转型过程中的标配。在媒体融合的大背景下，如何持续吸引用户、提高用户黏性成为传统媒体面临的挑战之一。私域流量对于传统媒体而言，具有更直接、更精准的传播价值。[2] 基于粉丝需求，以优质的内容和服务做大做强“粉丝池”这一私域流量，进行社群化运作，成为提升传统媒体品牌价值的有力手段。

本文以《项目管理技术》杂志为例，基于杂志特点和办刊理念，分析在媒体融合背景下，如何通过精准定位、编销并举等措施和方法，打造具有项目管理特色的私域流量群。

1. 私域流量研究概述

私域流量是相对于公域流量而言的，是指品牌或个人拥有的可自由支配的流量。私域流量具有专业性强、黏度高、可二次开发、持续性强等特点。[3]

目前，很多学者对私域流量进行了深入研究，并取得了一定成果。薛可等指出，私域流量基于信任和利益而建立，其产生的直接背景是公域流量成本的提高；张雨馨认为，随着移动互联网信息技术的快速发展，利用微信公众号传播信息、获取用户流量的方式发生了转变，应更加重视利用私域流量的独特优势获取用户流量，因为私域流量能够更加接近用户 [4]；李士振在分析出版业对私域流量运营现状及存在短板的基础上，从私域流量构建工具的选择、流量吸引方式、如何进行流量维护和流量价值挖掘等层面，对出版机构如何做好私域流量的构建与运营提出建议 [5]；翟慧慧等结合私域流量的特性，深入探讨新媒介环境下私域流量在出版机构中的应用价值，并在此基础上分析青豆书坊在私域流量运营中的具体实践，提出出版机构在私域流量运营中的策略 [6]；吴倩倩提出，在新媒体矩阵下，出版机构既要以优质内容维系私域流量关系、以新媒体矩阵多点触达用户、以动态联盟重构产业链、通过阅读推广和引流维系用户，又要识别读者需求、维护长期关系、实现关系转化、拓展直播领域，进而实现私域流量池的搭建及留存。[7]

由此可见，以上研究侧重于对私域流量的特点、应用价值等进行分析，缺乏针对期刊行业私域流量群构建和运营的分析。[8] 基于此，本文以《项目管理技术》杂志为例，阐述学术期刊私域流量群的特点、构建途径及应用效果。

2.《项目管理技术》杂志简介及经营思路

2.1 杂志简介

《项目管理技术》杂志创刊于 2003 年，由机械工

业信息研究院主办。杂志面向项目经理及项目管理相关从业人员，以项目管理和工程管理领域的理论研究和应用实践为论文选题方向，涉及工程建筑、石油化工、航空航天、医药、汽车、教育等行业，现被《中国学术期刊综合评价数据库》《中国核心期刊（遴选）数据库》《中国期刊全文数据库》等数据库全文收录。

《项目管理技术》是一本引领项目管理实践与应用的专业学术期刊，服务于高校、项目管理专业组织及项目管理相关机构，包括项目管理培训机构、咨询机构、软件厂商等。

2.2 经营思路

《项目管理技术》杂志的复合经营思路是：发挥杂志品牌优势，挖掘内外部资源潜力，打造以项目管理为主线，以杂志、活动、图书、新媒体、在线课程等为抓手的复合经营平台，构建具有项目管理特色的私域流量群，提升杂志的媒体传播力，不断提升杂志在业界的品牌影响力。

3. 如何打造具有项目管理特色的私域流量群

随着信息技术的快速发展，人们获取信息的渠道和方式发生了巨大改变。传统媒体的用户规模增速减缓，私域流量群已然成为当前各大媒体争夺用户的重要入口。[9] 因此，杂志社需要逐渐将营销的重心从公域转向私域，并着手搭建自有的私域流量池。

结合笔者实际工作经验来看，《项目管理技术》杂志围绕项目管理的业务主线，除杂志外，积极开发图书、活动、研究报告、在线课堂、官方微信、微信群等业务板块，形成了以期刊、图书、发行为基础，以活动、新媒体为突破口的复合经营模式。如何更好地利用微信平台提升杂志的品牌传播力，如何提升杂志与粉丝群体的互动与黏性[10]，如何更好地转换粉丝效应的实际价值，已成为杂志迫切需要解决的问题。

通过梳理和分析相关研究文献，本文从精准定位、品牌营销、二次开发、资源聚集 4 个方面阐述如何打造具有项目管理特色的私域流量群。

3.1 精准定位

私域流量群的构建与杂志的内容和定位密切相关。结合《项目管理技术》杂志特点，从书、刊、课 3 种业务形态中不断总结经验。通过 3 年的摸索实践可知，微信是杂志打造私域流量群的最佳阵地。具体而言，利用杂志的微信号、公众号、微信群等建立杂志的私域流量群。[11] 目前，《项目管理技术》已经建立了 5 个微信群，其中，读者粉丝群 3 个、专家群 1 个、作者群 1 个。群里的粉丝以项目经理、项目总监、项目管理办公室（PMO）等专业人士为主，探讨内容主要以项目管理相关理论研究和实践应用为主，气氛十分活跃。

由此可见，私域流量群的粉丝是杂志的宝贵资源。微信群应该以粉丝为中心，为他们提供有价值的信息和高品质的服务，以获得粉丝的信任和认同，在与他们建立长期、紧密联系的基础上实现杂志的健康、持续发展。

3.2 品牌营销

杂志的品牌营销十分重要。为了更好地体现“项目智慧、管理强国”的办刊理念，不断宣传和提升杂志品牌影响力。[12] 自 2012 年起，杂志通过策划和主办“项目管理行业优秀服务机构”“中国项目管理实践杰出成果奖”和“中国项目管理优秀论文奖”等一系列的评选活动，在业界树立起了专业、权威的品牌形象。

特别是从 2014 年开始，杂志借助评选“中国项目管理杰出成果奖”之机，深入大型企业开展实地调研，先后在航天、核电、石化、能源等多家大型企业进行了重点调研，走访了相关项目负责人，交流《项目管理技术》杂志办刊情况，听取各大企业项目管理实践报告。通过一系列深入企业的调研，了解企业的实际需求。同时，积累了大批的企业粉丝，为后续建立杂志的私域流量群打下了坚实的基础。

3.3 二次开发

杂志的私域流量群运作应实现资源的一次采集、多次利用，遵循“各端互通、以量为基、以质取胜”的原则。

3.3.1 各端互通

是指形成杂志、网站、微信等多平台接口的媒体矩阵，实现内容的一次采集多次利用。例如，一篇文章可以通过纸媒、音频、视频等多种形式呈现，努力实现一切内容数据化、一切数据内容化。

3.3.2 以量为基

是指私域流量群必须有足够的数量才能实现价值，应对粉丝群体进行垂直细分，根据不同的群体特点构建不同的私域流量群，增强粉丝与平台的黏性。例如，针对项目管理的不同行业，纵向细分行业粉丝群，如建筑工程、石油化工、交通运输、信息技术等。

3.3.3 以质取胜

是指私域流量群不能只看粉丝的数量，那样对于媒体转型毫无益处，要真正做到流量群有品质、有服

务、有内容、强互动、高转化。例如，增强粉丝互动性，加大原创内容的力度，利用行业热点吸引粉丝关注等。目前，项目管理领域的研究热点主要包括：PPP、全过程咨询、BIM、进度管理、风险评估等。

3.4 资源聚集

期刊本身是一个资源聚集的平台。对于刊物而言，读者、作者、专家、编委都是期刊的宝贵资源，正是有了各方资源的不断推动，杂志才能朝着高质量发展。

2023 年 1 月，《项目管理技术》在原有编委成员的基础上，经过调整和优化，组建了第三届杂志编委会，包括顾问、荣誉编委、编委会主任、编委成员。新一届编委成员既涵盖了专业领域研究专家，又涵盖了企业项目管理实践一线人员，充分体现了项目管理的专业特点，践行了以专业理论指导实践的办刊原则。

4. 实践成效

4.1 杂志论文选题范围不断拓展

《项目管理技术》杂志秉承“项目智慧、管理强国”的办刊理念，以专业的视角关注中外项目管理理论、方法及应用，内容涉及国内外项目管理的研究成果、行业应用、企业案例、实用技术与方法等，是开展国内外项目管理学术交流，提高企业项目管理水平、经营绩效的重要专业学术平台。

自 2003 年创刊以来，杂志论文选题范围涉及进度管理、风险评估、项目成本、组织结构、绩效评估等。随着项目管理应用范围的不断扩展，杂志的选题范围不断延伸，涉及 PPP、BIM、城镇化、全过程工程咨询、特色小镇、乡村振兴等。

4.2 杂志栏目设置日益完善

通过建立杂志的私域流量群，杂志内容更加贴近读者需求。自 2022 年 11 月起，杂志开辟了“案例”栏目。[13] 该栏目以项目管理实践案例为选题内容，以理论结合实践的形式对案例进行深度剖析，内容涉及绩效评价、投融资风险、施工风险评价、信息化等方面。2022—2023 年《项目管理技术》“案例”栏目内容（部分）见表 1。

表 1 2022-2023 年《项目管理技术》“案例”栏目内容（部分）

杂志刊期	案例内容
2022 年第 11 期	公共部门基建项目绩效评价指标体系应用研究——以中国人民银行某地市中心支行营业用房改造项目为例
2022 年第 11 期	PPP 项目投融资风险与履约控制——以新增 G343 豫皖省界至永夏交界段改建工程项目为例
2022 年第 11 期	信息化系统在园林项目管理中的应用——以某生态湿地公园建设项目为例
2022 年第 12 期	基于 TPB-TSP 的老旧小区改造居民参与意愿研究——以兰州市为例
2022 年第 12 期	项目后评价精量化与客观化应用研究——以国网电力技改项目为例
2023 年第 1 期	基于 WBS 的高速公路项目全景式管理体系研究与应用——以 G4216 线屏山新市至金阳段高速公路项目为例
2023 年第 1 期	大型赛事场馆群设施计划整合标准化应用与协同机制研究——以北京冬奥会为例
2023 年第 1 期	基于 SAD 模型的预应力混凝土管桩施工质量控制研究——以天隆・三千海桃花岛一期项目为例

4.3 杂志优势资源持续聚集

通过建立杂志专家数据库，不断加强与专家、读者、作者的联系和沟通。[14] 经过半年的紧张筹备，《项目管理技术》杂志于 2023 年 1 月组建了第三届编辑委员会。新一届编委会成员近 70 人，主要来自清华大学、北京邮电大学、北京航空航天大学、同济大学、上海交通大学等 30 余所知名院校。本届编委会成员以各高校学科带头人为主，进一步丰富了杂志的专家资源，为杂志内容品质的提升打下了良好的基础。

4.4 杂志品牌形象有效提升

2019—2022 年，受新冠疫情影响，杂志的品牌活动由线下转为线上。为了加强与读者、作者的沟通与联系，杂志策划并推出了“项目视界”“项目周报”“项目快讯”等一系列线上栏目，受到广大读者的认可。线上栏目以优质的内容、新颖的形式再一次彰显了杂志的品牌形象。

4.5 杂志复合经营平台不断优化

为了实现杂志的高质量发展，通过搭建杂志的私域流量群，不断调整杂志的经营方向，形成了书、刊、课三位一体的复合经营平台。[15] 在图书方面，不断拓展图书选题范围，推出了《“一带一路”大实践——中国工程企业“走出去”经验与教训》《赢在全局——境外项目投资从策划到实施》《现代项目管理》等精品图书；在杂志方面，杂志内容不断优化、编辑质量不断提升，获得业界专家和读者的一致好评；在课程方面，杂志推出了“如何提升企业级进度管理能力”“企业级计划管控系统 POWERPPE”“化工项目如何实现动态投资管控”等一系列在线课程，进一步加强了杂志与专家和读者的联系，提升了杂志的传播力与品牌价值。

结语

本文通过梳理和研究私域流量相关文献，以《项目管理技术》杂志为例，结合杂志特点和办刊理念，

（下转第45页）